

**HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA PEMASARAN POLITIK KPU  
(RUMAH PINTAR PEMILU) DENGAN PARTISIPASI POLITIK  
PEMILIH PEMULA DI KOTA BOGOR**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk dipertahankan dalam  
Ujian Sidang Sarjana Ilmu Komunikasi  
Jurusan Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :


**ANDRI KURNIAWAN**

**044114255**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR  
2019**

1113

	PERPUSTAKAAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR
Tgl Terima :	Juli 2020
No. Induk Buku :	
No Class :	1113 AMP 4 2019
Sumber Buku :	Hadh AH

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Andri Kurniawan  
NPM : 0441 14 255  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Program Pendidikan : Strata 1  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya  
PTS : Universitas Pakuan  
Judul : Hubungan Penggunaan Media Pemasaran Politik  
KPU (Rumah Pintar Pemilu) Dengan Partisipasi  
Politik Pemilih Pemula Di Kota Bogor.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

### DEWAN PENGUJI Menyetujui

Pembimbing I : Roni Jayawinangun, S.E, M.Si  
NIP. 1.0616 049 757

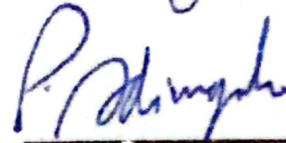
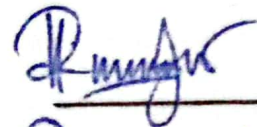
Pembimbing II : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom  
NIP. 1.0616 049 760

Pembaca : Dr. David Rizar Nugroho, M. Si.  
NIP. 1.0909 048 514

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 29 Oktober 2019

Oleh :



Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Drs. Agnes Setyowati H., M.Hum.  
NIK. : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim, S.Sos., M.Si  
NIK. 1 0909 048 513

## ABSTRAK

**ANDRI KURNIAWAN. NPM 0441 14 255. 2019. Hubungan Penggunaan Media Pemasaran Politik KPU (Rumah Pintar Pemilu) Dengan Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Kota Bogor. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan. Dibawah bimbingan : Roni Jayawinangun, S.E, M.Si dan Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom.**

Meskipun terdapat banyak media yang membahas tentang pengetahuan politik, tetapi tetap tingkat golput semakin meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik Pemilih Pemula Di Kota Bogor, mengetahui bagaimana penggunaan media pemasaran politik KPU (Rumah Pintar Pemilu) pada pemilih pemula di Kota Bogor, mengetahui partisipasi politik pemilih pemula di Kota Bogor, dan mengetahui bagaimana hubungan penggunaan media pemasaran politik KPU (Rumah Pintar Pemilu) dengan partisipasi pemilih pemula di Kota Bogor. Pada penelitian ini menggunakan teori perubahan sosial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian hubungan kausal. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian yaitu di Kota Bogor. Dalam memperoleh data digunakan metode angket atau kuesioner, wawancara dan studi kepustakaan. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilih pemula di Kota Bogor usia 17-21 Tahun, dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dan penentuan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*. Instrumen penelitian diuji validitas dengan *Pearson Product Moment* reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skor rata-rata, dan uji korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) mayoritas responden adalah berjenis kelamin laki-laki, berusia 17 tahun, bertingkat pendidikan SMA, dan mayoritas penduduk adalah asal Kota Bogor. (2) Variabel Daya Tarik Iklan terdiri dari empat indikator yaitu, durasi, frekuensi, atensi, dan jenis isi media yang diikuti dimana rentang kriteria pada indikator durasi termasuk kriteria tinggi, frekuensi termasuk kriteria rendah, atensi termasuk kriteria tinggi, dan jenis isi media yang diikuti termasuk kriteria tinggi. (3) Variabel partisipasi politik terdiri dari lima indikator yakni, partisipasi dalam kegiatan pemilihan, partisipasi dalam melobi, partisipasi dalam kegiatan organisasi, partisipasi dalam mencari koneksi, dan partisipasi tindak kekerasan dimana rentang kriteria pada indikator kegiatan pemilihan termasuk pada kategori tinggi, melobi termasuk pada kategori tinggi, kegiatan organisasi termasuk pada kategori tinggi, mencari koneksi termasuk pada kategori tinggi, dan tindak kekerasan termasuk pada kategori rendah. (4) Hubungan antara penggunaan media dengan partisipasi politik terdapat hubungan yang signifikan pada variabel penggunaan media terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kota Bogor yang diperoleh dari hasil uji korelasi *rank spearman* dengan nilai korelasi sebesar 0.436\*\* dengan taraf sangat nyata dibawah nilai 0.001.

*Kata Kunci : Pemasaran Politik, Rumah Pintar Pemilu, Partisipasi Politik, Pemilih Pemula.*